

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer satisfaction*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada *service quality* menimbulkan meningkatnya *customer satisfaction* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *customer satisfaction* diterima.
2. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada variabel *customer satisfaction* menimbulkan meningkatnya *customer loyalty* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty* diterima.
3. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada variabel *service quality* menimbulkan meningkatnya *customer loyalty* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel

service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *customer loyalty* diterima.

4. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada variabel *customer loyalty* menimbulkan meningkatnya *brand image* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *customer loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image* diterima.
5. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada variabel *service quality* menimbulkan meningkatnya *brand image* Taksi pada Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image* diterima.
6. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image*. Sehingga apabila terdapat peningkatan pada variabel *customer satisfaction* menimbulkan meningkatnya *brand image* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand image* diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah ditetapkan maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis:

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang mengambil mengenai *Service Quality Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* dan *Brand Image*. mempertimbangkan faktor-faktor yang berbeda dengan apa yang dipaparkan di dalam jurnal tersebut dan memperhatikan tiap detailnya. Juga dapat mengembangkan variable-variabel penelitian, karena terdapat variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini.

2. Saran Praktis:

Saran bagi pihak Taksi Blue Bird agar dalam pengembangan jasa selalu mengedepankan pelanggan, sehingga mampu menjaga pelayanan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan dari Taksi Blue Bird, sehingga mampu melayani kebutuhan dan keinginan dan kebutuhan bagi para pelanggan, khususnya pemakai jasa transportasi dengan Taksi Blue Bird. Dan jasa dari Taksi Blue Bird mampu bersaing dengan perusahaan taksi lain dalam menghadirkan jasa yang modern dan inovatif.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amanah, D., 2011, Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.3, No.3, November: 221-233.
- Dewi, N, K., Andri, G., dan Yonaldi, S., 2012, Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand dan Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang), *Jurnal Manajemen dan Kewirasuhaan*, Vol. 3, No. 2, Mei:11-29
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiaryanti., dan Febriana, R., 2010, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17, No.2, Mei - Agustus: 114-126.
- Ghozali, I dan Fuad, 2005., *Structural Equation Modeling; Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guspul, Ahmad., 2014, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo), *Jurnal PPKM UNSIOQ*: 40-54.
- Hair, et al. 2006. *Multivariate Data Analysis* 6th Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Herlisyani, L., Winoto, Y., dan Rohman, A.S., 2012, Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Informasi Telkom terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, *E Jurnal Mahasiswa universitas Padjadjaran*, Vol.1, No.1:1-14.
- Hindarto, P. D., 2013, Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan Ritel, *Jurnal JIBEKKA*, Vol. 7, No. 3, Agustus:41-46.

<http://www.bisnis.tempo.co/read/news/2015/08/19/090693250/10-negara-dengan-populasi-terbanyak-di-dunia>, diakses tanggal 29 September 2015

<http://www.profil.merdeka.com/indonesia/b/blue-bird-group/>, diakses tanggal 1 September 2015

<http://www.jalan-surabaya.blogspot.co.id/2012/05/daftar-nomor-telepon-taksi-surabaya.html>, diakses tanggal 2 Oktober 2015

<http://www.belajarilmukomputerdaninternet.blogspot.co.id/2013/04/cara-menciptakan-loyalitas-pelanggan.html>, diakses tanggal 19 Januari 2016.

Indriantoro, N, dan Supomo, B., 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi 1. Cetakan Pertama BPFE. Yogyakarta.

Kotler, P., dan Armstrong, G., 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 2, Alih Bahasa: Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., dan Keller, K. L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketigabelas, Terjemahan: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.

Kresnamurti, A., dan Sinambela, D, S., 2011, Analisis Kualitas Layanan, serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengunjung NowBay Waterpark TMII), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.2, No.2: 111:129.

Kurniawati, D., Suharryono., dan Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.14, No, 2, September: 1-9.

Li, X., dan Krit., J, (2012), Service Is Power: Exploring Service Quality in Hotel's Business, *International Business Research* ,Vol.5, No.5, may: 33-48.

Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi Pertama, Jilid 1, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.

Parengkuan, V., Tumbel, A., dan Wenas, R., 2014, Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No.3, September:1792-1802.
- Pramudyo, A., 2012, Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta), *JBMA*, Vol.1, No.1, Agustus:1-16.
- Ramenusa, O., 2013, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.DGS Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.1,No.3, September:1993-1202.
- Rizan, M., Saidani, B., dan Sari, Y., 2012, Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* the Botol Sosro (Survei Konsumen The Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.3, No.1: 1-17.
- Saleem, H, dan Raja, N, S., 2014, The Impact of Serice Quality on Customer Satisfaction Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan, *ISQR Journal of Business and Management (IQSR-JBM)*, Vol. 16;117-122.
- Sembiring, I, J., Suharyono., dan Kusuwati, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.HAryono Malang), *Jurnal Administrasi (JAB)*, Vol. 15, No. 1, Oktober: 1-10.
- Shimp, T.A., 2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Edisi Kedelapan, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono., 2013, *Metode Penelitian Bisnis (kuantitatif. Kualitatif, dan R&D)*, Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Suparmoko, 1999., *Metode Penelitian Praktis : Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Keempat, Cetakan Pertama, Purwokerto: BPFE Yogyakarta.
- Tjiptono, F., dan Diana, A., 1996, *Total Quality Management (TQM)*, Edisi 2, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F., 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi.

- Umboh, V, J., dan Mandey, S.L., 2014, Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pengadaian (PESERO) Cabang Teling, *Jurnal EMBA*, Vol.2, No.3:, September 654-663.
- Winahyuningish, P., Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus, ISSN: 1979-6889.
- Yamin, S dan Kurniawan, H., (2009). *Structural Equation Modeling dengan Lisrel – PLS*. Jakarta. Penerbit: Salemba Infotek.
- Yuliarni, N.N., dan Riyasa, P., 2007, Analisis Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar, *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 12, No.1: 9-28.